

La News



"Mouton Rothschild" by Xu Bing

"Mouton Rothschild": è esattamente ciò che è scritto nell'"ideogramma" dell'artista cinese Xu Bing, scelto dalla famiglia Rothschild per firmare l'etichetta dell'annata 2018 del mitico Château de Bordeaux. Un invito ad andare oltre le apparenze: Xu Bing inventa una scrittura nuova, in cui le parole, scritte nell'alfabeto latino, vengono "assorbite" nei codici dell'ideografia del cinese tradizionale. Un incontro tra culture che rivela, all'osservatore più attento, la sua natura. Ogni parte dei due ideogrammi è una lettera, che rivela ciò che è: "Mouton Rothschild". Svelandosi un po' alla volta, proprio come gli aromi e i sapori dell'annata 2018.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Prosecco Doc, il futuro è "green"

Ottenere la certificazione di "denominazione sostenibile", dal punto di vista ambientale, sociale ed economico: il futuro sempre più green del Prosecco Doc passa da qui, e da "Pro.se.c.co", il progetto del Consorzio che punta all'ottenimento della certificazione dell'intera Denominazione e ad un nuovo modello di governance del territorio. Per far ciò, dopo la sperimentazione con standard elevati di certificazione, come quelli di Equalitas, occorre che almeno il 60% della superficie vitata - 14.670 sui 24.450 della Doc - vengano curati con i severi criteri di sostenibilità previsti dal progetto. Ennesima iniziativa dell'attivissimo consorzio guidato da Stefano Zanette, dopo il lancio della versione Rosè del Prosecco, e il supporto a "Natale di Luce 2020", che tingerà d'arte, con delle videoproiezioni, il Ponte di Rialto a Venezia, dal 5 al 31 dicembre.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

I top lot in asta da Wannenes (2-3 dicembre)

Una rarissima Balthazar (12 litri) di Tignanello 2015 di Antinori, stimata tra i 5.000 ed i 7.000 euro, 6 bottiglie di Chateau Petrus 1985 (5.000/7.000 euro), una verticale di Sassicaia della Tenuta San Guido (1994-2014), stimata tra 3.800 e 4.200 euro, 6 bottiglie di Barolo Monfortino Riserva 2013 di Giacomo Conterno, tra 3.500 e 4.500 euro, e i grandi vini di Gaja (Sori San Lorenzo, Sori Tildin e Costa Russi, tutti 2014), con una stima tra 3.200 e 3.800 euro: sono alcuni dei top lot dell'asta "Wine & Spirits" del 2-3 dicembre, firmata da Wannenes e Gambero Rosso.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Wine Intelligence: focus su consumatori abituali e locali, puntare su vini simbolo e marketing

Appassionato, giovane e donna, pronto a stappare anche fuori dai pasti: è l'identikit del consumatore protagonista della ripresa nei consumi di vino secondo i dati Wine Intelligence, che mette in fila cinque buone pratiche che le aziende del vino del Belpaese devono tenere in considerazione per muoversi sui mercati nei prossimi mesi. "Innanzitutto", spiega Pierpaolo Penco, di Wine Intelligence, "bisogna focalizzare le attività di marketing sui consumatori core, quelli che già conoscono, apprezzano e bevono vino, specie di generazioni intermedie, mentre la platea dei giovani va coltivata con offerte specifiche. Per seconda cosa, non dobbiamo dimenticare del locale: c'è ovunque un aumento dei consumi dei prodotti di prossimità, anche per motivi etici, i consumatori locali possono essere il principale target del nostro prodotto, attraverso i canali online o con la vendita diretta. Il terzo consiglio è di non lanciarsi in prodotti nuovi: cerchiamo di focalizzarci su ciò che ci caratterizza e ciò per cui ci viene riconosciuto valore. Come quarta cosa, bisogna spendere in marketing: in molti nei momenti di crisi riducono gli investimenti, e questo potrebbe dare un peso maggiore alla nostra voce e al nostro messaggio. Infine, dobbiamo imparare a puntare su tipologie e formati che meglio incontrano le nuove necessità del consumo casalingo, lontano dal cibo e per piccoli gruppi. Cerchiamo di capire quali sono i nostri prodotti che meglio rispondono a queste nuove opportunità". Opportunità che nascono in un quadro che la pandemia ha cambiato, ma non stravolto. "Abbiamo esaminato i sei mercati chiave per il vino italiano, Stati Uniti, Germania, Regno Unito, Svezia, Canada, Australia e Cina e abbiamo osservato come la frequenza di consumo di vino sia rimasta stabile e, in molti Paesi, sia cresciuta oltre i livelli del 2019". Secondo la fotografia scattata ad agosto, infatti, "i lockdown nei diversi Paesi non hanno fermato il trend decennale di diversificazione e aumento delle occasioni di consumo: la moltiplicazione dei momenti di consumo a casa ha compensato il crollo del fuori casa. A sostenere questo trend sono stati i consumatori core, le donne e i giovani, in particolare i Millennials, contribuendo così all'affermazione delle vendite nel canale e-commerce".

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Il Covid non frena la corsa del Rosè nel mondo

I trend mondiali parlano chiaro: il rosè cresce nei consumi (2,9 miliardi di bottiglie nel 2019, il 9% del totale dei vini fermi), che si spostano sempre di più verso la fascia premium. E il Covid che sembra non aver impattato i consumi nei principali mercati, con le percentuali dei bevitori abituali che hanno consumato rosè nell'ultimo anno che sono piuttosto aumentate in Uk, il Paese con il maggior numero di amanti dei rosati (dal 50% del 2019 al 52% a luglio 2020), seguito dalla Germania (dal 45% al 48%), Canada (stabile al 39%) e Usa (in crescita dal 35% al 37%). Chi sono? Per lo più donne, che fanno acquisti soprattutto al supermercato e lo consumano 2-5 volte a settimana, con i Millennials a guidare l'aumento dei consumi, sull'onda di una tendenza che li accomuna, dagli Usa all'Uk. È emerso dal "L'Italia alla prova del Rosè, tra nuove bollicine e mercati", analisi di Wine Intelligence e Osservatorio del Vino by Unione Italiana Vini (Uiv), con Rosautoctono-Istituto (che riunisce le produzioni rosa di Bardolino Chiaretto, Valtènesi, Cerasuolo d'Abruzzo, Castel del Monte, Salice Salentino e Ciro). E crescono sempre anche gli sparkling rosè, la cui produzione mondiale attesa nel 2021 è di 160 milioni di bottiglie (5% dei consumi totali).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Sartarelli, Piero Masi, Inama, Banfi e Borgodangelo al top dell'International Wine Challenge

Trenta vini, i migliori (ri)assaggiati dalla rigida commissione internazionale dell'International Wine Challenge (Iwc) 2020 di Londra, uno dei più longevi ed autorevoli concorsi enoici del mondo, tra cui spiccano tre italiani: il Verdicchio dei Castelli di Jesi Balciana 2017 della griffe marchigiana Sartarelli, Italian White Trophy 2020, come già successo nel 1999; il Vin Santo del Chianti Riserva 2000 Colmano di Piero Masi, Italian Sweet Trophy 2020; il Carminum 2016 di Inama, Italian Red Trophy 2020. Al vertice, c'è un vino portoghese, il Madeira Terrantez 1978 di Justino, Champion of Champions dell'International Wine Challenge 2020. Da segnalare, per l'Italia, ci sono anche l'Alta Langa Cuvée Aurora Riserva 100 mesi 2010 di Banfi, che si aggiudica l'Italian Sparkling Trophy, e il Taurasi 2013 Borgodangelo, a cui va il Campania Red Trophy.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Monica Larner, tra territori da scoprire e grandi classici, in un'Italia del vino sempre migliore

A WineNews la Italian Editor di "The Wine Advocate" (che ha assegnato i 100/100 ai Brunello di Montalcino 2016 Madonna delle Grazie de Il Marroneto e Gianni Brunelli - Le Chiuse di Sotto): "c'è voglia di scoprire e raccontare cose nuove. E c'è voglia di novità e di migliorarsi anche nei territori storici del vino italiano, dalle Langhe a Montalcino, dal Chianti Classico alla Valpolicella. E tutti ricercano maggiore finezza e purezza stilistica".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)